

Л.И.ГЕРАСИМЧУК

УрГУ,
г. Екатеринбург

Киномонтаж в современной телевизионной рекламе

Со времен зарождения кино техника монтажа активно развивалась. Сегодня она достигла неограниченных возможностей. Самые различные виды монтажа используются в современной телевизионной рекламе. Важнейшим преимуществом телерекламы является возможность демонстрации движущегося изображения, показа в действии рекламируемого объекта, а также процесса приготовления товара. Еще одним преимуществом телерекламы является ее способность разворачивать действие в пространстве и времени, переносить зрителя в самые разные места. Очень важно, что зрелище, демонстрируемое зрителю телекамерой, имеет характер документа, а значит, обладает серьезнейшей убеждающей силой.

Попробуем на примере некоторых роликов рассмотреть несколько самых распространенных видов монтажа.

1. Последовательный монтаж

Последовательным монтажом называется способ изложения содержания, при котором действие фильма продолжается без видимых для зрителя разрывов во времени. Этот вид монтажа самый простой и

наиболее распространенный. Его используют при съемках игровых фильмов, документальных передач или учебных программ: рекламный ролик Магги «Макорно-Мания». Герои рассказывают, как готовить макароны. Камера последовательно отслеживает каждый их шаг.

2. Параллельный монтаж

Параллельным монтажом называется прием поочередного показа двух или более событий (образов), происходящих одновременно, но в разных местах, или происходящих в разное время. Параллельный показ развития двух действий, объединенных одним сюжетным ходом, иногда называют перекрестным монтажом: реклама кофе «Nescafe Gold». Поочередно нам демонстрируют девушку, которая пьет кофе, затем девушку, которая исполняет танец и третий образ это изготовление напитка. С помощью параллельного монтажа авторы ролика показали настроение, состояние бодрости, в которое входит потребитель после употребления товара.

3. Ассоциативный монтаж

Ассоциативный монтаж — это такой монтаж кадров, образы кото-

рых вызовут у зрителя определенную связь (ассоциацию), и у него возникнет понимание принципиально нового смысла основного действия или характера персонажей. Чтобы добиться такого эффекта, необходимо придать действиям или персонажам какие-то общие черты, которые позволят зрителю понять взаимосвязь этих образов, уловить авторский замысел: реклама дезодоранта «Mennen Speed Stick». В первом кадре молния — ассоциация с дерзким освежающим запахом товара. Во втором лампочка — ассоциация с электризирующим, заряжающим энергией действием дезодоранта.

4. Тематический монтаж

Тематический монтаж — это прием, при котором смонтированные рядом кадры (более четырех) объединены одной темой: реклама леденцов Nestle «Acti-V». В первом кадре голова мужчины — леденцы помогают сконцентрироваться. Во втором женский животик — улучшают пищеварение. В третьем нога девушки сгибается в коленном суставе — повышают тонус. И в четвертом кадре женские губы — леденцы освежают дыхание. Четыре абсолютно разных кадра объединены одной темой — многофункциональные леденцы Nestle «Acti-V».

5. Аналитический монтаж

Аналитический монтаж — это прием последовательного показа кадров, содержащих детали или

элементы какой-либо сцены (без показа ее общим планом в одном кадре) или события таким образом, чтобы у зрителя сложилось впечатление, что он видел эту сцену целиком, возникла общая картина происходящего: реклама супермаркета «Континент». На протяжении всего ролика нам демонстрируются отдельные сцены, снятые в этом супермаркете: витрины с самыми разнообразными продуктами, промышленные товары, игрушки, дизайн здания супермаркета снаружи. С помощью показа отдельных деталей у зрителя складывается позитивное представление о размере супермаркета и ассортименте продукции.

6. Перебивка

Перебивкой называется отдельный кадр, который не содержит в себе объектов, запечатленных в соседних кадрах (в предыдущем и последующем). Кадр-перебивка используется в монтажной последовательности для того, чтобы перекрыть разрыв естественного течения времени при съемке какого-либо события: как бы перебить непрерывность действия, но сделать это незаметно для зрителя, создавая иллюзию неразрывного, естественного развития сцены: реклама туалетной воды «DIAVOLO» с Антонио Бандерасом. Ролик состоит из отдельных кадров. Сначала нам показывают женщину, которая почувствовала аромат туалетной воды, затем мужчину, который источает

этот запах, далее камера фокусируется на девушке, которая привлекла внимание этого мужчины и т.д.

7. Клиповый монтаж

Клиповый монтаж — это скорее не прием, а стиль, манера экранного изложения. В чем состоит ее суть? Слово *clip* в английском языке имеет несколько значений: «стрижка», «стричь; отсекать, обрезать», «быстрая походка» и даже «дерзкая, нахальная девчонка». Словом «клип» в кинематографии обозначают «короткое экранное произведение, отличающееся клочковатостью подачи материала»: реклама автомобиля TOYOTA RAV 4. В ролике отсутствует сюжет. Зрителю с помощью клипового монтажа демонстрируют автомобиль с разных ракурсов.

8. Множественная композиция.

Поликадр

Сегодня на телевидении в заставках, в новостях, в рекламных и

песенных клипах зрителю постоянно предлагаются кадры с множественным изображением. У них есть название, появившееся и утвердившееся в кино еще в 60-е годы: поликомпозиция, множественная композиция или поликадр: рекламный ролик «Blend-a-med» — здоровая страна. Речь идет о зубной пасте, которая обладает целым рядом положительных свойств. С помощью поликадра зрителю показывают счастливые лица людей с белоснежными улыбками, которые пользуются этой пастой.

Описанные приемы монтажной склейки кадров были в разное время изобретены в кино, но, как уже видно из приведенных примеров, с большим успехом используются в рекламе, создатели которой продолжают пристально следить за творческими новациями в сфере киноиндустрии.